

MARKETING & COMMUNICATION

Module 8 : Fondamentaux du Marketing, Exploiter une base de données clients

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Connaître les fondamentaux du marketing
- Identifier l'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients
- Constituer et exploiter une base de données clients, cibler les actions et en mesurer les retours

CONTENU DE LA FORMATION

• Fondamentaux du marketing

- Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)
 - Principales missions du marketing (3) : diagnostic, recommandation et mise en œuvre
 - Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés

- Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)
 - Définition de la stratégie marketing : les étapes clés
 - Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
 - Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services
- Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)
 - Structure type d'un plan marketing
 - Méthodes et outils de pilotage et de contrôle
- L'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients
 - Fichier clients/prospects : Intérêt
 - Déterminer la valeur client : principaux indicateurs, critères de loyauté client
 - Les informations clients, levier de performance pour l'entreprise : repérer les cibles et définir le plan d'action commercial
 - Le cadre juridique : le RGPD et la CNIL

• Les sources préexistantes pour constituer un fichier clients

- Extraire les informations de sa comptabilité ou de son logiciel de facturation
- Récupérer les données (Pages jaunes, Kompass, sites Internet, etc.)
- Acheter ou louer des fichiers : routeurs

• Constituer et exploiter sa base de données clients

- Définitions des besoins
- Définitions des données et typologies
Exploiter efficacement sa base de données
- L'importance de faire vivre sa base de données
- L'entretien et le nettoyage de sa base
- Dédoublonnage et déduplication
- Les clés d'enrichissement de la base de données

• Du fichier client au CRM

- Définition de la gestion de la relation client
- Customer Relationship Management (CRM)
- Avantages, inconvénients - Solutions présentes sur le marché

